



Nach einem schwierigen Jahr mit Rückschlägen ist TVsmiles wieder auf Kurs und peilt acht Millionen Euro Umsatz an



© CHRIS MARXEN

Das ist nicht normal“, sagt Christian Heins. Es ist das erste Mal, dass er seit der Gründung von TVsmiles im Jahr 2013 ganze zwei Wochen am Stück weg ist. Er macht gerade Urlaub auf Gran Canaria. Ohne Familie. Zeit nur für sich, um mal Abstand von der Arbeit zu bekommen – zumindest ein bisschen. „Ich habe es so geregelt, dass ich beim Frühstück noch ein paar Sachen fürs Geschäft erledige.“ Am anderen Ende der Telefonleitung hört man Mitgründer Gaylord Zach herzlich lachen.

Heins und Zach wirken eingespielt und vertraut miteinander. Die letzten Jahre haben sie zusammengeschweißt. Denn es gab Erfolge wie Rückschläge. TVsmiles startete mit einer Art Quizspiel, um Verbrauchern Werbeeinhalte schmackhafter zu machen. Mit der App, die über das Audiosignal einzelne Werbespots im Fernsehen erkennt, kann der Zuschauer Bonuspunkte, sogenannte Smiles, erspielen und gegen Prämien einlösen. „Damit sind wir die ersten drei Jahre gewachsen“, sagt Heins.

Ende letzten Jahres musste das Berliner Unternehmen dann 20 von damals 69 Mitarbeitern entlassen. Der Grund: Das Geschäft in Großbritannien ging nur schleppend voran. Für

Man braucht auch mal Ruhe

20
TVsmiles

WACHSTUMSRATE
305%

GRÜNDUNGSJAHR
2013

FIRMENSITZ
Berlin

BRANCHE
Mobile/Apps

WEBSITE

www.tvsmiles.tv

die Expansion hatte TVsmiles zuvor fünf Millionen Euro aufgenommen. Insgesamt sammelte das Startup rund zwölf Millionen Euro ein, unter anderem von ProSiebenSat.1.

Rückblickend gehen die beiden Gründer offen mit dem Rückschlag um. „Wir müssen auch in der Lage sein, das Geschäft kritisch zu hinterfragen“, sagt Zach. Man habe den Markt nicht ausreichend sondiert und mit deutschen Maßstäben gemessen. Das sei ein Fehler gewesen: „Wir haben uns von Mitarbeitern getrennt, um die Kosten zu senken“, erklärt Heins. „Das war die härteste Entscheidung, die wir haben

treffen müssen“, ergänzt sein Geschäftspartner. Ohne diesen Schritt hätte man wahrscheinlich das gesamte Unternehmen gegen die Wand gefahren, so die Gründer. Doch so weit ist es nicht gekommen.

Die Umsätze ziehen wieder an, auch im Ausland, sagen die Gründer. Im Vorjahr seien fünf Millionen Euro erwirtschaftet worden, dieses Jahr erwartet das Duo acht Millionen. Vor der Internationalisierung sei man sogar profitabel gewesen. „Es war eine bewusste Entscheidung, die Profitabilität zu verlassen“, sagt Zach. Denn das laufende Jahr habe man dazu genutzt, um neben der eigenen App eine Plattform für Werbekunden und Publisher aufzubauen. 30 Prozent der Nettoerlöse behält das Startup für eine erfolgreiche Vermittlung ein.

Die Telefonverbindung zu Heins bricht ab. Sein Kollege Zach kommentiert lachend: „Um ein Unternehmen erfolgreich aufzubauen, braucht es auch entsprechende Ruhephasen!“ (mw) ◀

Seit 2013 das erste Mal Urlaub am Stück ohne Familie, Gründer und CEO Christian Heins am Strand auf Gran Canaria



© PRIVAT